



LANDASAN PROGRAM PERENCANAAN  
DAN PERANCANGAN ARSITEKTUR

**PUSAT PROMOSI, INFORMASI DAN  
PERDAGANGAN PRODUK AUDIO VISUAL  
DI SURABAYA**

Diajukan untuk memenuhi sebagian  
persyaratan guna memperoleh gelar  
Sarjana Teknik

Diajukan Oleh :  
**MURTI INDARTI**

**L2B 097 264**

Periode 80

**JURUSAN ARSITEKTUR FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2002**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Kegiatan pembangunan di Indonesia khususnya di kota-kota besar saat ini mengarah pada peningkatan kemampuan ekonomi, sehingga pembangunan fisik kota diprioritaskan untuk mendukung kegiatan perekonomian. Kondisi tersebut mengakibatkan berambahnya fasilitas-fasilitas perekonomian seperti Kawasan Perindustrian, Pusat Perdagangan, Kantor Sewa dan lain sebagainya.

Khusus di bidang perdagangan, proses jual beli berlangsung secara terus menerus dalam salah satu mata rantai kehidupan manusia modern yang tidak mungkin bisa diabaikan. Hal ini dikarenakan tidak sekedar hubungan saling membutuhkan antar individu saja, melainkan juga antar organisasi/badan usaha bahkan mungkin antar Negara.

Pada era globalisasi dan pasar bebas saat ini memberi pengaruh yang cukup berarti bagi perkembangan dunia usaha. Perkembangan tersebut selaras dengan perkembangan di bidang teknologi komunikasi sehingga penyampaian arus informasi menjadi lebih efektif. Perkembangan produk teknologi komunikasi seakan tiada hentinya untuk berinovasi membuat yang terbaik, karena meningkatnya persaingan dalam mencapai pangsa pasar untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin modern. Hasil produk teknologi komunikasi yang saat ini bersaing adalah produk Audio Visual, hal ini terlihat dari semakin maraknya penyelenggaraan kegiatan pameran

produk- produk tersebut yangb bertempat di pusat perbelanjaan maupun di tempat-tempat tertentu secara temporer.

Sebagai kota terbesar kedua di Indonesia dan ibukota propinsi Jawa Timur, kota Surabaya juga tidak terlepas dari kegiatan perdagangan, hal ini dibuktikan dengan disediakannya fasilitas pusat perdagangan yang bertaraf internasional yaitu World Trade Center (WTC) yang merupakan anggota dari World Trade Center Association (WTCA).

Status yang dimiliki Surabaya sebagai kota industri dan perdagangan memang cukup pantas jika dilihat dari presentase kegiatan ekonomi daerah ini setiap tahunnya. Sector industri pengolahan dan perdagangan merupakan kontributor utama kegiatan ekonomi Surabaya yang tergabung dalam Produk Domestik Reional Bruto (PDRB). Pada tahun 1999 sektor industri menyumbang sekitar 35 % dari total PDRB, sedangkan sector perdagangan menyumbang kurang lebih 32 % (*Bagian Perekonomian Pemerintah kota Surabaya, 2000*). Tidak menutup kemungkinan sector perdagangan dapat menggeser posisi sector industri sebagai kontributor utama PDRB Kota Surabaya.

Menurut pengamat Social Ekonomi Pemkot Surabaya, Drs Kresnayana Yahya Msc, mengatakan bahwa sudah saatnya kota Surabaya dikembangkan sebagai kota layanan perdagangan. Artinya, segala sesuatu di kota ini harus diorientasikan kepada kepuasan pelaku usaha perdagangan dan pelaku ekonomi yang lain, karena kenyamanan menjadi salah satu kunci sukses keberhasilan usaha. Dan syarat agar kota perdagangan ini terus maju, harus ada pelayanan yang menunjang pengusaha agar iklim kinerja mereka lebih kondusif.

Meskipun kegiatan perdagangan yang semakin meningkat di Surabaya, fenomena yang terjadi adalah kurang tersedianya wadah yang

disamping sebagai tempat perdagangan juga sekaligus sebagai wadah untuk kegiatan promosi dan informasi khususnya untuk Produk Audio Visual. Sarana promosi dan informasi ini akan menjadi wadah bagi para produsen atau investor dan perusahaan pemasok untuk bekerja sama dan membuka peluang bisnis.

Oleh karena itu untuk menggiatkan dunia usaha dalam perdagangan khususnya produk yang saat ini banyak digemari oleh masyarakat di bidang teknologi informasi yaitu produk audio visual, perlu dihadirkan sarana Pusat Promosi, Informasi dan Perdagangan Produk Audio Visual di Surabaya. Fungsi sarana ini tidak sekedar sebagai fasilitas perdagangan semata, tetapi juga sebagai wadah promosi untuk memperluas pemasaran dan penyampaian informasi mengenai perkembangan produk audio visual tersebut.

## **B. Maksud dan Tujuan**

### **1. Maksud**

Maksud pembahasan ini adalah untuk mengadakan penyusunan data, menganalisis dan merumuskan permasalahan dalam perencanaan dan perancangan sebuah Pusat Promosi, Informasi dan Perdagangan Produk Audio Visual di Surabaya sebagai lokasi obyek perancangan.

### **2. Tujuan**

Adapun tujuan dari pembahasan ini adalah untuk menghasilkan sebuah pedoman perencanaan dan perancangan bangunan Pusat Promosi, Informasi dan Perdagangan Produk Audio Visual di Surabaya.

### **C. Lingkup Pembahasan**

#### **1) Substansial**

Perencanaan dan perancangan Pusat Promosi, Informasi dan Perdagangan Produk Audio Visual di Surabaya termasuk dalam kategori bangunan tunggal, dan ditekankan pada fungsi bangunan sebagai wadah kegiatan promosi dan perdagangan produk audio visual yang disertai dengan kegiatan informasi.

#### **2) Spasial**

Pusat Promosi, Informasi dan Perdagangan Produk Audio Visual di Surabaya. Hal-hal berkaitan yang berada diluar lingkup akan dibahas secara umum untuk mendukung penulisan Landasan Perencanaan dan Perancangan Arsitektur.

### **D. Metoda Pembahasan**

Penyusunan laporan ini menggunakan metoda pembahasan analisa deskriptif yaitu dengan menguraikan semua permasalahan dan keadaan sebagaimana mestinya yang didukung dengan data-data baik primer maupun sekunder dan kemudian dianalisa serta dinilai secara sistematis dari sudut pandang ilmu yang relevan untuk mendapatkan suatu criteria desain.

Data-data yang diperlukan untuk penyusunan laporan ini diperoleh dari :

- **Studi literature**

Mendapatkan data sekunder yang dalam hal ini mengumpulkan data dan peta dari kantor instansi pemerintah dan non pemerintah terkait, serta data-data yang berasal dari buku, brosur, dan internet.

- Observasi lapangan dan pendokumentasian  
Dilakukan dengan pengamatan langsung pada lokasi atau tapak perencanaan maupun obyek lainnya sebagai studi banding/ kasus.
- Wawancara  
Dilakukan dengan nara sumber yang terkait dengan kegiatan perdagangan produk audio Visual dan proses promosi dan informasi.

## **E. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan dalam penyusunan Landasan Program Perencanaan dan Perancangan Arsitektur dengan judul Pusat Promosi, Informasi dan Perdagangan Produk Audio Visual di Surabaya ini terbagi atas beberapa bagian yang dijabarkan sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Menguraikan tentang latar belakang, maksud dan tujuan, lingkup pembahasan, metoda pembahasan dan sistematika pembahasan serta alur pikir.

### **BAB II TINJAUAN UMUM**

Menguraikan pembahasan secara umum mengenai Pusat Promosi, Informasi dan Perdagangan Produk Audio Visual.

### **BAB III TINJAUAN KOTA SURABAYA SEBAGAI DAERAH PERENCANAAN**

Berisi tentang tinjauan umum kota Surabaya, tinjauan Pusat Promosi, Informasi dan Perdagangan Produk Audio Visual di Surabaya, serta studi kasus.

### **BAB IV KESIMPULAN, BATASAN, DAN ANGGAHAN**

Berisi kesimpulan, batasan, dan anggapan yang relevan dan digunakan dalam analisis selanjutnya.

## **BAB V      PENDEKATAN      PROGRAM      PERENCANAAN      DAN PERANCANGAN**

Berisi tentang dasar pendekatan, pendekatan perencanaan yang meliputi aktifitas dan pelaku kegiatan, kebutuhan ruang, hubungan kelompok ruang, sirkulasi pelaku kegiatan, materi pameran, kapasitas ruang, basaran ruang, pemilihan lokasi, perancangan yang meliputi aksesibilitas, orientasi bangunan, tata ruang, sirkulasi, struktur bangunan dan modul ruang, utilitas bangunan, penekanan desain Richard Meier.

## **BAB VI      KONSEP      DASAR      PROGRAM      PERENCANAAN      DAN PERANCANGAN ARSITEKTUR**

Berisi tentang konsep dasar perancangan, konsep perencanaan dan konsep perancangan.